

Ce qui fait la différence en entretien de vente, c'est bien souvent l'impact personnel. On n'apporte pas seulement une offre, mais aussi une expertise, une relation de confiance et un professionnalisme, tout autant d'éléments qui participent du leadership commercial.

Objectifs

Repérer le niveau de maturité du besoin client/prospect.
Adapter ses techniques de vente à chaque situation client.
Convaincre le client/prospect dans toutes les situations en développant les techniques adaptées.

Vous êtes

Commercial, ingénieur commercial, technico-commercial, vous évoluez dans un secteur très concurrentiel et vous souhaitez renforcer la performance de vos méthodes de vente.

Prérequis

Cette formation est accessible sans condition particulière.

Axes de travail de la formation

1. Muscler votre préparation pour vous donner toutes les chances de succès

Elaborer la synthèse des informations client,
Sélectionner les objectifs de visite,
Etablir les supports et outils nécessaires,
Construire le plan d'entretien.

2. Affirmer votre leadership et donner envie de travailler avec vous

Choisir le juste positionnement, vous différencier des commerciaux concurrents,
Vous "conditionner" pour instaurer une relation "d'égal à égal",
Élaborer votre propre "pitch" : démontrer rapidement votre professionnalisme.

3. Démontrer votre expertise par la qualité de votre diagnostic

Construire votre stratégie d'entretien et d'exploration des pistes de collaboration,
Décrypter les réponses pour identifier les besoins objectifs et subjectifs,
Apprendre à lire entre les mots et décrypter les réponses pour identifier les besoins « au-delà des besoins ».

4. Présenter le prix avec aisance

Vaincre vos résistances personnelles dans la présentation de votre prix,
Valoriser en finesse votre offre tout au long de la vente,
Vendre votre prix et vos conditions tarifaires tout en préservant la relation,
Appliquer les techniques pour renforcer la légitimité de la politique tarifaire.

5. Influencer la décision par l'impact de votre discours

Comprendre les principaux leviers de l'influence : les chemins qui mènent à la décision,
L'argumentation structurée avantages-preuve-bénéfice,
Convaincre avec éthique.

6. Traiter les objections avec souplesse

Recensement des objections rencontrées quotidiennement par les participants,
Présentation d'une méthode efficace pour répondre sans arrogance ni faiblesse.
Consulter cette formation en ligne :

<https://www.devop.pro/formation/augmenter-les-resultats-de-ses-entretiens-de-vente.html>

Vous avez une question, contactez-nous au 01 70 38 21 10 ou via notre [formulaire de demande rapide](#)

7. Conclure votre entretien de vente

Une méthode pour passer de la phase “conseil” à la conclusion de la vente,
Quelques “boosters” pour doper la conclusion de la vente,
Oser continuer à vendre après un “non”.

Méthodologie

Travail intensif sur le leadership du vendeur, la valorisation de l’expertise des participants,
Partage de bonnes pratiques entre participants,
Travail sur les situations de vente concrètes vécues (objections, valorisation de l’offre, conclusion) par les participants,
Chaque participant dispose d’outils déjà éprouvés et transposés sur la préparation de leur prochain entretien à enjeu.

Consulter cette formation en ligne :

<https://www.devop.pro/formation/augmenter-les-resultats-de-ses-entretiens-de-vente.html>

Vous avez une question, contactez-nous au 01 70 38 21 10 ou via notre [formulaire de demande rapide](#)